ーサメのいない海ー

新規市場を狙え！！

応募区分：大学

ID：SL110695

[市立]尾道大学　経済情報学部３年

チーム名：戦わん隊。

◎平山　　貴将

○藤井　　杏菜

○三田村　達也

○八木　　理沙

指導教授：小谷　範人

銘柄一覧

コード	銘柄	上場市場	投資金額(円)
4689	ヤフー	東証1部	441,000
9983	ファーストリテイリング	東証1部	406,800
6988	日東電工	東証1部	400,300
7453	良品計画	東証1部	397,900
4668	明光ネットワークジャパン	東証1部	396,500
2712	スターバックスコーヒージャパン	ジャスダック	358,300
2193	クックパッド	東証マザーズ	355,000
2702	日本マクドナルドホールディングス	ジャスダック	324,400
9437	NTTドコモ	東証1部	323,900
2897	日清食品ホールディングス	東証1部	323,300
4967	小林製薬	東証1部	269,800
4530	久光製薬	東証1部	269,700
4543	テルモ	東証1部	266,000
2769	ヴィレッジヴァンガードコーポレーション	ジャスダック	156,400
4535	大正製薬	東証1部	155,700
4063	信越化学工業	東証1部	154,300
合計			4,999,300

目次

＜序章＞　はじめに

Ⅰ．　要旨

Ⅱ．　自己紹介

＜第1章＞　ブルーオーシャン戦略

Ⅰ．　ブルーオーシャン戦略とは

Ⅱ．　ブルーオーシャン戦略の必要性

Ⅲ．　成功事例の紹介

＜第2章＞　スクリーニング

Ⅰ．　スクリーニング概要

Ⅱ．　第１スクリーニング（定性分析）

Ⅲ．　第２スクリーニング（定量分析）

Ⅳ．　第３スクリーニング（定性分析）

Ⅴ．　スクリーニング結果

Ⅵ．　企業概要一覧

＜最終章＞

Ⅰ．　STOCK リーグを終えて

Ⅱ．　参考文献、ＷＥＢ

＜序章＞　はじめに

Ⅰ．要旨

2008 年のリーマンショックが日本経済に大きな影響を及ぼしたのは言うまでもない。その結果、消費者は安いものを求め、またその影響を受けた企業側も低価格競争を始めた。

しかし、低価格競争により商品の価値が下がっているが、消費者の購買動機の大きな決め手にはなっていないと考える。

では、何が現代の消費者の購買意欲を駆り立て、日本経済の回復に貢献するのだろうか？

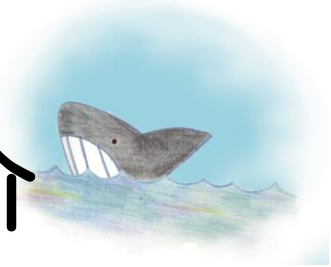
まず消費者の購買動機を考えなければならない。
つまり消費者が買いたくなるような商品やアイデアを考える必要がある。

例えば、「新商品」「新登場」などの**“新しい”**がキーワードになっているものは既存の商品よりも消費者の目に留まる。最近では昨年流行語にもなったAKB48。「会いに行けるアイドル」をコンセプトとして今までにないアイドルだったからこそ、AKB 旋風を巻き起こしたのではないか。

企業もこのように今までにない視点や発想で新たな商品を生み出し、安さだけでなく“＋α”を考える必要があるのではないか。

そうして調べていくうちにバリュー・イノベーションという差別化及び低価格化を同時に実現させ、新市場を創造する戦略である**“ブルーオーシャン戦略”**にたどり着いた。そして私たちは、日本経済の活性化をはかるカギはブルーオーシャン戦略であると考え、STOCK リーグのテーマ選定に至った。

Ⅱ．　自己紹介



自己紹介

自己主張が強い、私たちのチーム
どこが「戦わん隊。」なのでしょうか＼(˙˙)／
時には喧嘩し言い合いもしましたが、今では打ち解けました！
それでは、簡単な自己紹介です。

◎ひらやま　たかまさ

冷静にチームを支える（*^_^*）
地道な作業が得意！

○ふじい　あんな

日程、連絡回します☆
元気印(‘;’)

○みたむら　たつや

小谷ゼミNO,1 の毒舌。
しかしやるときゃ、やる男(@_@;)

○やぎ　りさ

エクセルは彼女にお任せ！！
ブラインドタッチ、早くて見えません(..)φ

＜第１章＞　ブルーオーシャン戦略

Ⅰ．　ブルーオーシャン戦略とは

ブルーオーシャン戦略とは　、企業と顧客の両者への価値を上昇させることにより、競争を無意味なものにする戦略である。INSEAD[1]の教授であるW・チャン・キムとレネ・モボルニュの両名によって提唱された。言い換えると、**「血みどろの戦いが繰り広げられる既存の市場を抜け出し、未開拓市場を生みだす」**戦略のことである。目の前の敵に力を集中し、激しい競争が繰り広げられるレッドオーシャンに対して、敵のいないところを見つけ出すことに力を集中するブルーオーシャンは、まだ生まれていない市場を指す。

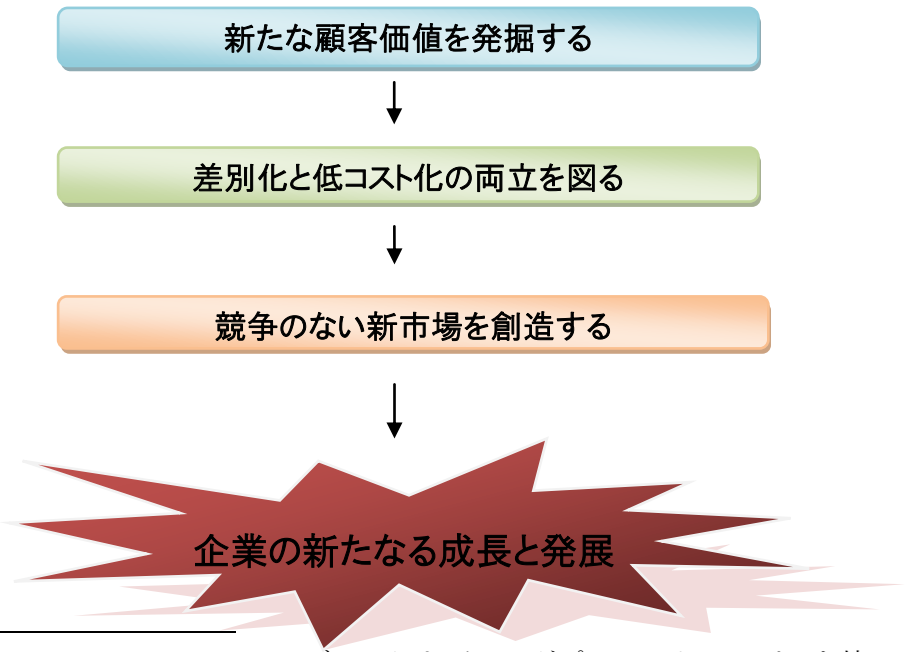
★ブルーオーシャン戦略の土台になるのが「バリュー・イノベーション」

バリュー・イノベーションとは、「買い手に対していまだかつてない価値を提供しつつ、利益の上がるビジネスモデルを構築することによって、既存市場の境界を再定義すること」である。買い手に対する価値の向上とは、製品を差別化することに他ならない。

つまり、この定義を極端に簡単化すると差別化および低コスト化の同時実現を目指すのがバリュー・イノベーションである。

ブルーオーシャンを創造するには、バリュー・イノベーションの実現が欠かせない。

★ブルーオーシャン戦略のポイント



[1] INSEAD　フランスのフォンテンブローおよびシンガポールにキャンパスを持つビジネススクール・大学院である。

Ⅱ． ブルーオーシャン戦略の必要性

過密した業界で製品やサービスのコモディティ化（日用品化）が進み、企業の利益成長が縮小を続けると、企業は基本的に価格で勝負をせざるを得なくなる。そのひとつの結果として、企業が大幅なアウトソーシング（外注）をするにつれ、中国やインドのような低賃金の諸国での仕事が急増している。政府が法律を通じてこのアウトソーシングを規制する策を模索している一方で、この方法が長期的な解決策でないことは、これまでの歴史を見れば明らかである。長期的な解決策は、悪循環となるコモディティ化競争から抜け出せるような、**人をひきつける製品やサービスを企業が作り出す**ことである。つまり、企業の製品やサービスをレッドオーシャンからブルーオーシャンへと移すということになる。この事実だけでもブルーオーシャン戦略が企業の経営者にとって欠かせないものだとわかる。

もっとも、レッドオーシャンをライバル企業と競い合いながら、うまく泳ぎ続けることはいつの日も重要なことである。レッドオーシャンは常に重要であるし、ビジネスの世界から決してなくなることはないだろう。しかし、多くの業界で需要が供給を上回っており、その中でのシェア争いが激化しているなか、それでは好業績を保つことはできない。企業は競争の先にあるものを見つける必要がある。**新しい利益機会と成長機会をつかむ**ために、ブルーオーシャンを切り開いていかなくてはならないのである。

Ⅲ. 成功事例の紹介

ここで、ブルーオーシャン戦略の成功事例を紹介する。

“小林製薬”

私たちのチームが投資した銘柄である小林製薬のヒット商品「熱さまシート」という商品がある。これは、あらかじめ冷やす必要がなく、シートを額に張るだけで熱を冷ます商品である。それまでの同じ用途の商品には、氷枕や白元を冷凍庫で冷やして使用する保冷枕「アイスノン」などがあった。これらの商品の使用前、使用中、使用後における過程についてみてみる。使用前では、氷を作ったり冷凍庫で冷やしたりといった準備が必要である。使用中は頭の下に敷く、頭の上にのせるため身動きが不自由になる。使用後は、水を捨てたり再び冷凍庫にいれたりする作業が必要になる。

「熱さまシート」は、使用前や使用後の作業を不要にした上、使用中の行動の制約を格段に低減させ、新市場の創造に成功した。

“良品計画”

家具・インテリア用品、生活雑貨、衣料品業界はデザイン性やブランドイメージなど感性志向を重視する業界である。そのなかで「わけあって、安い」をキャッチフレーズとし、「生活の基本となる本当に必要なものを本当に必要なかたちでつくること」をコンセプトに置き、独自の市場領域を創造したブランドが良品計画の「無印良品」である。

もともとは西友のノンブランド商品開発から始まった良品計画だが、素材や生産工程、包装の徹底した見直し、簡略化を進めることで、余計な感性価値を思いきって剥ぎ落とし「安くて良い商品づくり」を実現した。ノンブランドを目指したことが逆に独自のブランド価値を高め、世界に通用するグローバルブランドへと成長した。

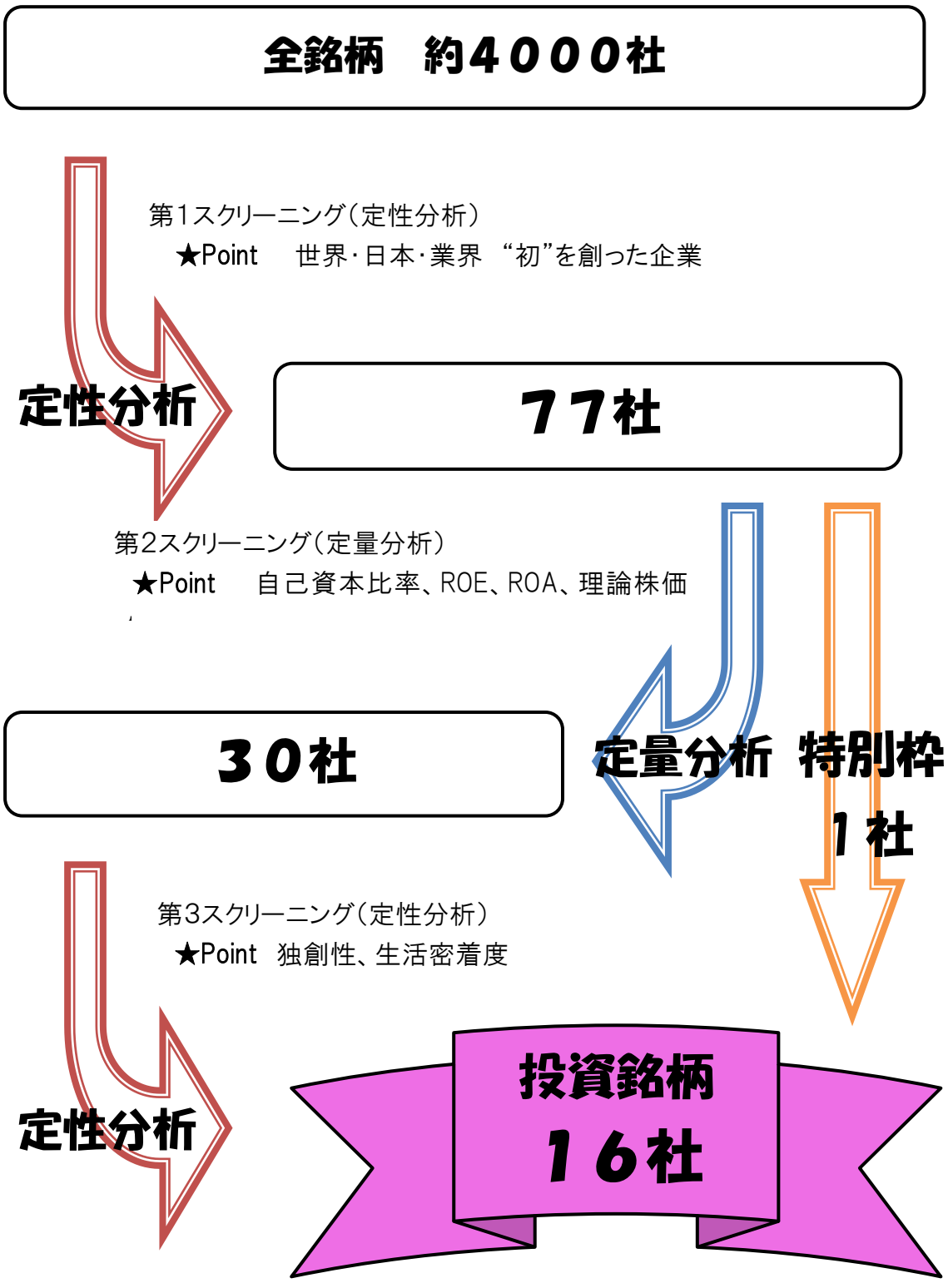
★ブルーオーシャンが注目を集める理由

1. レッドオーシャンを脱出したいと考えている企業ニーズにブルーオーシャン戦略の考え方が合致している点
2. ブルーオーシャン戦略理論が従来の競争を主軸とした戦略論と大きくかけ離れている点

以上の点とともに、知恵と工夫次第で掘り起こすことができるヒット商品の金鉱脈はまだまだ眠っていると思っている。単なる安さにはひかれなくなった消費者に、買ってもらえるように企業は様々な努力を続けている。その中で私たちは「ブルーオーシャン戦略」そのものの解釈を**その商品の先駆者**、つまり世界初や日本初、また業界初であり、なおかつ私たちの**生活に密着しているもの**、というようにして定量・定性分析を行い、ポートフォリオを作成した。

＜第２章＞　スクリーニング

Ⅰ．スクリーニング概要



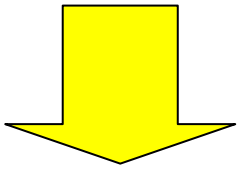
Ⅱ． 第１スクリーニング（定性分析）

～私たちが選んだ“初”企業77社～

上場している約4000社を事業別に分け、メンバーで調べる範囲を分担し、それぞれ各企業のHPの沿革を中心に事業内容を1つ1つチェックしていった。
そして“世界初・日本初・業界初“となる事業や商品を持っている企業の中から、私たちが知っているものをピックアップした結果、77社が残った。

≪例≫企業の内容を一部紹介する

業種	銘柄	内容
陸運	ヤマトHD	クール宅急便
輸送用機器	マツダ	ロータリーエンジンの開発
パルプ・紙	特殊東海製紙	電気絶縁紙の製造に成功
電気機器	三洋電機	米粒からパンを作るホームベーカリー「GOPAN」を開発
電気・ガス	東京ガス	電池式による煙感知機能と一酸化炭素探知をもつ住宅用火災警報器を発明
通信	NTTドコモ	Iモードの開発
繊維	ワコール	初めての下着ショー、男性用下着
精密	テルモ	日本で初めての使い切り注射針を発売
精密	シチズンHD	腕時計第一号、光発電エコドライブ（ウォッチで初めてエコマークを取得）
食料品	日清食品HD	最初にインスタントラーメンを開発
サービス	クックパッド	インターネットにてレシピを共有した会社
小売	日本マクドナルドHD	日本で初のファーストフード
小売	ファーストリテイリング	日本初のファストファッション
機械	サンデン	世界で初めて部屋の空気を汚さない、クリーンな強制給排気式暖房機の開発
化学	信越化学	レアアースを廃棄家電から回収
化学	小林製薬	熱さまシートを開発
医薬	久光製薬	エアーサロンパスを開発



第1スクリーニング結果

陸運	輸送用機器	不動産	非鉄金属	パルプ・紙	電気機器	電気・ガス
1	2	1	3	1	7	2
鉄鋼	通信	その他製品	その他金融	繊維	石油・石炭	精密
1	4	1	1	3	2	5
食料品	情報	証券	サービス	小売	建設	機械
6	2	2	4	12	1	4
硝子・土石	化学	卸売	海運	医薬	合計	
3	3	1	1	4	77	

Ⅲ. 第２スクリーニング（定量分析）

（ｉ）指標分析

第1スクリーニングで残った企業を下記の項目で順位付けをし、上位20社に絞った。

自己資本比率

・使用総資産に対する自己資本の割合をいう。
・比率が高いほど資本構成が安定していて、経営の安全度が高い。

自己資本比率＝自己資本÷総資産×100

ROE（自己資本利益率）

・株主が投資した資金はどう使われたのか、株主対してどれだけのリターンがあるか。
・ROE が高い企業は効率的に経営できているということなので、株主にとって魅力的な企業であるといえる。

ROE=総利益÷自己資本×100

ROA（総資産利益率）

・企業の資産運用はどう行われているか。
・ROA が高いほど、自分たちが投資したお金がよい方向に使われているといえる

ROA＝総利益÷総資産×100

理論株価

・現在株価÷理論株価
・この指標は自分たちで考えたものである。
・理論株価は将来を見据えた株価であるので、現在株価に対しての比率が高いほど将来株価が上がると考えた。

理論株価＝EPS（一株利益）×PER（株価収益率）

各項目上位20社一覧

自己資本比率

コード	銘柄	比率
6988	日東電工	91.87
4535	大正製薬	85.34
3529	アツギ	82.99
4063	信越化学	80.90
2193	クックパッド	79.29
2810	ハウス食品	78.59
2676	高千穂交易	77.40
3591	ワコールホールディングス	76.83
7453	良品計画	75.96
4502	武田薬品工業	75.13
4543	テルモ	74.48
4689	ヤフー	74.01
2702	日本マクドナルドホールディングス	73.89
5187	クリエートメディック	73.54
7832	ホールディングス	69.54
2207	名糖産業	69.26
9437	NTTドコモ	68.61
2712	スターバックスコーヒージャパン	68.40
4530	久光製薬	67.21
2811	カゴメ	65.70

ROE

コード	銘柄	ROE
2193	クックパッド	35.21
4689	ヤフー	30.72
4668	明光ネットワークジャパン	25.82
7733	オリンパス	25.76
9984	ソフトバンク	22.90
9983	ファーストリテイリング	22.63
4839	wowow	21.10
2695	くらコーポレーション	18.30
3319	ゴルフダイジェストオンライン	16.43
4666	パーク24	16.19
4530	久光製薬	14.54
4502	武田薬品工業	14.41
2769	ヴィレッジヴァンガードｺｰﾎﾟﾚｰｼｮﾝ	13.74
4543	テルモ	13.69
4967	小林製薬	11.52
8173	上新電機	11.25
9433	KDDI	11.03
9437	NTTドコモ	11.02
2712	スターバックスコーヒージャパン	10.61
6444	サンデン	21.52

ROA

コード	銘柄	ROA
4689	ヤフー	19.96
2193	クックパッド	17.11
4668	明光ネットワークジャパン	15.44
9983	ファーストリテイリング	12.15
4502	武田薬品工業	10.54
4839	wowow	10.14
2695	くらコーポレーション	10.12
4543	テルモ	9.56
4530	久光製薬	9.51
7832	バンダイナムコホールディングス	9.18
2805	エスビー食品	8.46
2502	アサヒビール	8.24
2676	高千穂交易	7.56
7453	良品計画	7.55
9437	NTTドコモ	7.32
4967	小林製薬	7.00
2712	スターバックスコーヒージャパン	6.92
2769	ヴィレッジヴァンガードｺｰﾎﾟﾚｰｼｮﾝ	6.90
8267	イオン	6.37
4666	パーク24	6.32

現在株価/理論株価

コード	銘柄	現/理(%)
2769	ヴィレッジヴァンガードｺｰﾎﾟﾚｰｼｮﾝ	103.09
5715	古河機械金属	102.22
4839	wowow	101.90
6445	蛇の目ミシン工業	101.72
2712	スターバックスコーヒージャパン	101.62
9531	東京ガス	101.36
7453	良品計画	101.10
7733	オリンパス	101.02
3319	ゴルフダイジェストオンライン	100.88
4502	武田薬品工業	100.48
6326	クボタ	100.38
6745	ホーチキ	100.26
2702	日本マクドナルドホールディングス	100.24
4689	ヤフー	100.20
4063	信越化学工業	100.14
9042	阪急阪神ホールディングス	100.00
6753	シャープ	100.00
2811	カゴメ	99.94
9984	ソフトバンク	99.93
2676	高千穂交易	99.77

2010/11/21 データ

（ⅱ） ポイント付け評価

（ⅰ）で出した数値をもとに、10 点満点で各企業をポイント付けした。

α＝{10/(最大値－最小値)}×(求める数値－最小値)

α1:自己資本比率
α2:ROE
α3:ROA
α4:現在株価÷理論株価　　とおく。
α1＋α2＋α3＋α4＝各企業のポイント　とする

≪例≫

○α1:自己資本比率

最大値＝91.87　最小値＝6.60

・日東電工
α1＝{10/(91.87－6.60)}×(91.87－6.60)
＝10.00　　10.00 点

○α2:ROE

最大値＝35.21　最小値＝－58.97

・ヤフー
α2＝{10/(35.21－(－58.97))}×(35.21－(－58.97))
＝9.52　　9.52 点

○α3:ROA

最大値＝19.96　最小値＝－14.90

・クックパッド
α3＝{10/(19.96－(－14.90))}×(17.11－(－14.90))
＝9.18　　9.18 点

○α4:現在株価÷理論株価

最大値＝103.09　最小値＝0.0

・スターバックスコーヒージャパン
α4＝{10/(103.09－0.0)}×(103.09－0.0)
＝10.00　　10.00 点

★ポイント

自己資本比率

コード	銘柄	ポイント
6988	日東電工	10.00
4535	大正製薬	9.23
3529	アツギ	8.96
4063	信越化学工業	8.71
2193	クックパッド	8.52
2810	ハウス食品	8.44
2676	高千穂交易	8.30
3591	ワコールホールディングス	8.24
7453	良品計画	8.13
4502	武田薬品工業	8.04
4543	テルモ	7.96
4689	ヤフー	7.91
2702	日本マクドナルドホールディングス	7.89
5187	クリエートメディック	7.85
7832	バンダイナムコホールディングス	7.38
2207	名糖産業	7.35
9437	NTTドコモ	7.27
2712	スターバックスコーヒージャパン	7.25
4530	久光製薬	7.11
2811	カゴメ	6.93

ＲＯＥ

コード	銘柄	ポイン
2193	クックパッド	10.00
4689	ヤフー	9.52
7733	オリンパス	9.00
4668	明光ネットワークジャパン	9.00
9984	ソフトバンク	8.69
9983	ファーストリテイリング	8.66
4839	wowow	8.50
2695	くらコーポレーション	8.20
3319	ゴルフダイジェストオンライン	8.01
4666	パーク24	7.89
4530	久光製薬	7.81
4502	武田薬品工業	7.79
4543	テルモ	7.72
2769	ヴィレッジヴァンガードｺｰﾎﾟﾚｰｼｮﾝ	7.72
4967	小林製薬	7.48
8173	上新電機	7.46
9433	KDDI	7.43
9437	NTTドコモ	7.43
2712	スターバックスコーヒージャパン	7.39
6444	サンデン	7.37

ROA

コード	銘柄	ポイント
4689	ヤフー	10.00
2193	クックパッド	9.18
4668	明光ネットワークジャパン	8.70
9983	ファーストリテイリング	7.76
4502	武田薬品工業	7.30
4839	wowow	7.18
2695	くらコーポレーション	7.18
4543	テルモ	7.02
4530	久光製薬	7.00
7832	バンダイナムコホールディングス	6.91
2805	エスビー食品	6.70
2502	アサヒビール	6.64
2676	高千穂交易	6.44
7453	良品計画	6.44
9437	NTTドコモ	6.37
4967	小林製薬	6.28
2712	スターバックスコーヒージャパン	6.26
2769	ヴィレッジヴァンガードｺｰﾎﾟﾚｰｼｮﾝ	6.25
8267	イオン	6.10
4666	パーク24	6.09

現在株価÷理論株価

コード	銘柄	ポイン
2769	ヴィレッジヴァンガードｺｰﾎﾟﾚｰｼｮﾝ	10.00
5715	古河機械金属	9.92
4839	wowow	9.88
6445	蛇の目ミシン工業	9.87
2712	スターバックスコーヒージャパン	9.86
9531	東京ガス	9.83
7453	良品計画	9.81
7733	オリンパス	9.80
3319	ゴルフダイジェストジャパン	9.78
4502	武田薬品工業	9.75
6326	クボタ	9.74
6745	ホーチキ	9.72
4689	ヤフー	9.72
2702	日本マクドナルドホールディングス	9.72
4063	信越化学工業	9.71
9042	阪急阪神ホールディングス	9.70
6753	シャープ	9.70
9984	ソフトバンク	9.69
2811	カゴメ	9.69
2676	高千穂交易	9.68

（iii）第2スクリーニング結果

前ページの4項目のポイントの合計（40点満点）上位20社

合計		
コード	銘柄	ポイン
4689	ヤフー	37.15
4668	明光ネットワークジャパン	33.59
6988	日東電工	32.98
4502	武田薬品工業	32.87
2193	クックパッド	32.41
7453	良品計画	31.74
9983	ファーストリテイリング	31.65
4543	テルモ	31.47
4839	wowow	31.01
4063	信越化学工業	30.96
4530	久光製薬	30.85
2676	高千穂交易	30.80
2712	スターバックスコーヒージャパン	30.75
4535	大正製薬	30.42
9437	NTTドコモ	30.28
5187	クリエートメディック	29.94
4967	小林製薬	29.86
2769	ヴィレッジヴァンガードコーポレーション	29.49
2702	日本マクドナルドホールディングス	29.33
2897	日清食品ホールディングス	29.22

Ⅳ. 第３スクリーニング（定性分析）

第2スクリーニングで残った企業の、“独創性”“密着度”を自分たちの生活とリンクさせ評価した。

新規市場をつくるためには独創性が必要となる。
独創的であればあるほど話題性が高くなると判断し、評価した。

消費者の生活に密着した製品であれば一定の需要が見込める。
密着度が高いほど“なくてはならないもの”になると考え、評価した。

銘柄	独創性	密着度	備考
ファーストリティリング	5	5	チーム全員がヒートテック愛用
良品計画	5	4	シンプルイズベスト
スターバックスコーヒージャパン	5	4	雰囲気を楽しめるコーヒー店
日清食品ホールディングス	5	4	一人暮らしのおともに
日本マクドナルドホールディングス	4	5	ファーストフードを定着させた
ヤフー	3	5	就活でも毎日利用している
日東電工	4	4	テレビ・携帯の液晶で活躍
NTTドコモ	4	4	携帯でインターネットを手軽に
小林製薬	4	4	熱冷ましの革命児
ヴィレッジヴァンガードｺｰﾎﾟﾚｰｼｮﾝ	5	3	本屋なのに雑貨がたくさん！遊べる！
明光ネットワークジャパン	4	3	個別指導法を広めた
クックパッド	4	3	毎日の食生活が楽しくなる
久光製薬	4	3	サロンパスはスポーツのおとも
テルモ	3	3	体温計は一家に一台はある
大正製薬	3	3	髪の毛の悩みを解消してくれる
wowow	3	2	家のテレビで映画を楽しめる
信越化学工業	3	2	これからの日本を支える
武田薬品工業	2	2	短時間でビタミン補給ができる
クリエートメディック	3	1	日本の医療に貢献
高千穂交易	2	1	貿易の場面で活躍

Ⅴ． スクリーニング結果

コード	銘柄	定量ポイント	定性ポイント	合計
4689	ヤフー	37.15	8	**45.15**
9983	ファーストリーディング	31.65	10	**41.65**
6988	日東電工	32.98	8	**40.98**
7453	良品計画	31.74	9	**40.74**
4668	明光ネットワークジャパン	33.59	7	**40.59**
2712	スターバックスコーヒージャパン	30.75	9	**39.75**
2193	クックパッド	32.41	7	**39.41**
2702	日本マクドナルドホールディングス	29.33	9	**38.33**
9437	NTTドコモ	30.28	8	**38.28**
2897	日清食品ホールディングス	29.22	9	**38.22**
4697	小林製薬	29.86	8	**37.86**
4530	久光製薬	30.85	7	**37.85**
2769	ヴィレッジヴァンガード	29.49	8	**37.49**
4543	テルモ	31.47	6	**37.47**
4535	大正製薬	30.42	7	**37.42**
4502	武田薬品工業	32.87	4	**36.87**
4839	wowow	31.01	5	**36.01**
4063	信越化学工業	30.96	5	**35.96**
5187	クリエートメディック	29.94	4	**33.94**
2676	高千穂交易	30.80	3	**33.80**

上位15社＋特別枠として信越化学工業を追加。
計16社（色のついた部分）に投資することを決定！

≪信越化学工業を特別枠としていれた理由≫

最近、話題のレアアース。家電や自動車などの最先端技術には欠かせないものになっている。しかしレアアースの最大輸入国である中国は、輸出の制限をするという考えを発表した。そんな中、信越化学工業はレアアースを安定供給するために、「再利用」という環境にも優しい有効的な方法を実行していると知った。そこに将来性を感じた私たちは特別枠として**信越化学工業**を選出した。

Ⅴ．　企業概要

ヤフー　4689　東証１部

YAHOO! JAPAN	インターネット上の情報検索サービスの提供を行うことを目的として、1996 年にヤフー株式会社設立。2009 年にインターネット利用者の数 9,408 万人に達した。そのうち、パソコンウェブブラウザを通じたインターネット利用者総数は月間 5,768 万人で「Yahoo!JAPAN」はその 90%が利用するという圧倒的な集客力を誇るサイトへと成長した。 1996 日本語での情報提供サービス（Yahoo!JAPAN）の提供を開始。1999 年にオンライン・ショッピングサービス「Yahoo!ショッピング」 オンライン・オークションサービス「Yahoo!オークション」を開始。

ファーストリテイリング　9983　東証１部

FAST RETAILING	ユニクロは、商品企画・生産・物流・販売までを一貫して行う SPA（アパレル製造小売企業）モデルを確立し、高品質なカジュアルを低価格で提供することで成長を続けている。1984 年に 1 号店を広島にオープン。2001 年に始まった海外進出は各国へと広がり、現在の店舗数は国内 808 店舗、海外 136 店舗となっている。 1988 年フリースキャンペーンで日本中にユニクロブーム 2007 年ヒートテックキャンペーンが成功し話題沸騰

日東電工　6988　東証１部

NITTO DENKO	粘着技術や塗工技術などの基幹技術をベースに、シートやフィルム状のものに様々な機能を付加し、液晶用光学フィルムや自動車用部品など、グローバルに幅広い分野での製品を作り出し、ライフステージに様々な形で貢献している。中でも偏光フィルムはテレビや携帯電話に使用され、このフィルムがないと映像を映し出すことができない。 1951 年　ビニールテープ国産化

良品計画　7453　東証１部

株式会社 良品計画	1980 年に株式会社西友のプライベートブランドとして 40 品目でデビューした「無印良品」は、現在では 7000 品目超を展開するブランドへと成長した。1989 年西友から独立した良品計画は、「無印良品」の企画開発・製造から流通・販売までを行う製造小売業として、衣料品から家庭用品、食品など日常生活全般にわたる商品群を展開している。 海外における無印良品の店舗展開は 1991 年からヨーロッパおよびアジアを中心に拡大し、2010 年 2 月末日現在 17 の国と地域で合計 115 店舗展開。

明光ネットワークジャパン　4668　東証１部

明光ネットワークジャパン	1984 年に全学年を対象とした個別指導型学習塾の全国フランチャイズチェーン展開を目的として「サンライト株式会社」を設立。「明光義塾」フランチャイズ及び直営教室による運営を開始。明光義塾は生徒一人ひとりの学力と個性に合わせた徹底したオーダーメイドの「個別指導」を目指し、“勉強を教える”のではなく、“勉強の仕方を教える”ことを実践し、生徒自らが学習に取り組む意欲を育み「自立学習」目指している。

スターバックスコーヒージャパン　2712　ジャスダック

STARBUCKS COFFEE	1995 年スターバックスコーヒーインターナショナル社と日本の小売・飲食店業　株式会社サザビー（現株式会社サザビーリーグ）が、日本における店舗展開を目的とする合弁事業で提携を結び、スターバックスコーヒージャパン株式会社設立。 2008 年 9 月には富山県に初の公園内店舗を出店。 2005 年世界初のスターバックスブランドチルドカップコーヒーをコンビニエンスストアで販売開始し、店舗に行かなくてもコンビニでスターバックスの味を楽しめるようになった。

クックパッド　2193　東証マザーズ

COOKPAD http://cookpad.com	1998 年にオリジナル料理レシピが投稿・検索できるサイトとして誕生。利用者はただレシピを検索するだけではなく、自分が作った料理のレシピを投稿できる。それによりサイト内でのコミュニケーションが活発である。今では 30 代女性の 3 人に 1 人が利用する日本最大の料理サイトに成長した。 2009 年 11 月には iPHONE アプリケーション「クックパッド」を開始し、いつでも携帯で使えるようになった。

日本マクドナルドホールディングス　2702　ジャスダック

i'm lovin' it	ファーストフードのパイオニア。日本の外食産業一位であるこの企業は主にハンバーガーを販売している。1991 年外資産業初の年商 2000 億を達成した。オーソドックスなハンバーガーを始め日本特有のてりやきバーガーやボリュームがあるビックマックなどがレギュラーメニューである。さらに季節限定商品や期間限定商品なども出し、売り上げを着実に伸ばしてきている。また株主優待の特典として無料券などがある。

NTT ドコモ　9437　東証１部

NTT docomo	携帯電話事業においてシェア 50%を占める会社であり最大手といっても過言ではない。最近ではソフトバンクの iPHONE に対抗してスマートフォンの開発にも意欲的に取り組んでいる。目の不自由な方のために、点字請求書や点字・音声による取扱説明書などのサービスも提供している。 1997 年 i モードという形でパケット通信サービスを開始。 2010 年世界最速軌道 0.5 秒、撮影から保存 0.6 秒の 1320 万画素 「瞬撮カメラ」付き携帯電話発売

日清食品ホールディングス　2897　東証１部

NISSIN 日清食品	常温食品事業や低温食品事業などの食品を扱っている企業。 1958 年　世界初の即席麺である「チキンラーメン」開発 1971 年　世界で最初のカップ麺である「カップヌードル」開発 他にも菓子部門や冷凍食品部門などに精力を伸ばしている。 最近ではレンジで調理できる「ニッチン」の開発をするなど次々と新しいものを出し、家庭の食卓の強い味方であり続けている。 家庭だけでなく 2005 年には世界初の宇宙ラーメン「スペース・ラム」がスペースシャトルに搭載され宇宙へ…

小林製薬　4967　東証１部

小林製薬株式会社 あったらいいなをカタチにする	「あったらいいなをカタチにする」をブランドスローガンに製造販売事業と医療機器事業を行っている企業である。特に熱さまシートは今までの氷枕やアイスノンと違い冷凍庫に入れておく必要がなく、また冷やしている間も動きが制限されない。そのため風邪のとき以外の様々な場面で使用されるようになった。 これからも他にはない全く新しいものを開発してくれるだろう。 1994 年 熱さまシート発売

久光製薬　4530　東証１部

Hisamitsu	―貼る文化を世界へ―をスローガンに、鎮痛消炎貼付剤を中心とした医薬品の提供により人々の健康づくりに積極的に取り組み、外用剤のリーディングカンパニーへと成長した企業。「貼る文化」の有効性ならびに、それがもたらす感動を世界中に伝えることを目的とし、事業を展開している。 「サロンパス」は世界共通語になっている。 1963 年 エアーサロンパス発売

テルモ　4543　東証１部

TERUMO	「医療を通じて社会に貢献する」という企業理念のもとに、医療器具や衣料品などを世界 160 カ国以上で提供している企業。また、ビジョンとして「ユニークな輝く技術で人にやさしい医療を実現します」を掲げ、グローバルレベルでの商品開発に果敢に取り組んでいる。 1964 日本で初めての使い切り注射針を発売 1969 日本で初めての血液バッグを発売し、日本の血液事業を支える 1977 世界初のホローファイバー型人工肺

ヴィレッジヴァンガードコーポレーション　2769　ジャスダック

VILLAGE VANGUARD EXCITING BOOK STORE	「遊べる本屋」をキーワードに書籍、雑貨、CD、DVD を店舗ごとに独自に発注し、複合的に陳列して販売している。 今までにない、新感覚の本屋さん。 1 時間は余裕で過ごせるバラエティな品ぞろえ！ 学生なら行ってみるべし！

大正製薬　4535　東証１部

大正製薬	一般用医薬品で首位。セルフメディケーション事業、医療用医薬品事業を行っている。セルフメディケーションの分野では日本市場をリードするナンバーワン企業である。 国際的に通用するオリジナリティの高い新薬開発に努める。 1999 壮年性脱毛症における発毛剤「リアップ」発売 2005 女性用「リアップレディ」発売

信越化学工業　4063　東証１部

Shin-Etsu	塩ビ・化成品部門、電子・機能材料事業などの事業を行っている。高度な分離・精製記述を結集した国内唯一の大型分離精製プラントを有し、厳しい生産管理体制のもの、原料から一貫生産された高純度のレアアース製品を国内外に広く安定供給。また廃家電からレアアースを回収し、再利用することで社会に貢献している。中国のレアアース輸出枠削減されている中で、回収し再利用することは有効な手段である。

＜最終章＞

Ⅰ．STOCK リーグを終えて

まず、STOCK リーグに参加すること、そして自分たちでテーマを選定し、業界・企業を分析することは、私たちが普段勉強しているものとはとてもかけ離れているものであった。

「株式」

バーチャルではあるが株式に実際に投資し、約 3 ヶ月間での損益の伸びを体験することができ、大変良い経験ができた。それと同時に「何を根拠にこの企業を選定したのか」など明確な根拠を考える必要がり、株式を購入する難しさを学んだように思う。そしてこのような経験は、景気の動向などに注目し株価の値動きを予測する楽しさを教えてくれる貴重なものになった。

「ポートフォリオって何？」言葉の意味がわからず迷走する毎日が続いた。負けず嫌いの集まりのチームのため、他のチームがやりそうなことは絶対にやりたくないという強い思いを持っていたので、テーマ選定の難しさに苦戦する日々が続いた。しかし、原点に戻って自分たちの好きなことをまず固定概念に置くという基礎からやり直すことにより、今回のテーマである「ブルーオーシャン戦略」という言葉を発見するに至った。

「仲間」

私たちのチームは、1 度やることが確定すると知らぬ間に役割分担がされるようになった。メンバーが自主性をもって作業を行い、それをまとめるのに苦戦したが、メンバー同士でアドバイスや意見を言い合って行うことによって協調性が身に付いた。1番苦労したことは、メンバーの日程調整だった。ストックリーグ大詰めの12月になると就職活動が始まり、その予定で人数が欠けることがあったが、他のメンバーが補うことによって作業を進めていくことができた。互いに思いやれるようになった。

最後になったが、多くの学びと経験の場を提供して下さった日経STOCKリーグ事務局の方々や、いつもやさしくも厳しい意見をくださった小谷範人教授やゼミの仲間に深く感謝し、結びの言葉とする。

Ⅱ． 参考文献・WEB

≪参考文献≫

・『ブルー・オーシャン戦略　競争のない世界を創造する』

W・チャン・キム、レネ・モボルニュ　著/有賀裕子　訳

・『日本のブルー・オーシャン戦略　10 年続く優位性を築く』

安部義彦/池上重輔　著

・『ブルー・オーシャン戦略のツボがよ～くわかる本　ポケット図解』

青島弘幸　著

・『チャン・キムとモボルニュの「ブルー・オーシャン戦略」がわかる本　ポケット図解』

中野明　著

・日本経済新聞社（編）『日本業界地図』

日本経済新聞社出版社

・『会社四季報』

東洋経済新聞社

・『日経会社情報』

日本経済新聞社

・日本経済新聞

≪WEB≫

・各企業ホームページ

・野村証券ホームページ

http://www.nomura.co.jp/

・「武田ランダムハウスジャパン　ブルー・オーシャン戦略」

http://www.tkd-randomhouse.co.jp/blueocean/top.html